

## UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Genap tahun 2011 / 2012

### **Peran Public Relation PT. Marquee dalam Menciptakan Kepuasan Konsumen**

**Desy Jesllyn 1200987564**

#### **Abstrak**

Skripsi ini membahas tentang peran *public relation* PT. Marquee dalam menciptakan *kepuasan konsumen*. PT Marquee bergerak dalam bidang jasa penyewaan gedung dan ruang kantor yang memiliki gedung-gedung sebagai pusat bisnis. Tujuan penelitian ini adalah agar pembaca memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai peran *Public Relation* terkait dengan melayani konsumen untuk tujuan menciptakan *kepuasan konsumen* itu sendiri dan mengidentifikasi hambatan yang timbul dalam pelaksanaannya serta menjabarkan solusi atas masalah – masalah tersebut.

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah. Peneliti harus terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Hasil yang dicapai penulis dalam penelitian ini adalah adanya *kepuasan konsumen* melalui *peran public relation* pada PT. Marquee. Bagaimana *public relation* berperan dalam menguasai product knowledge dengan baik, mampu melayani konsumen dengan baik agar konsumen menjadi loyal dan memiliki kepercayaan kepada perusahaan semuanya diaplikasikan menjadi satu acuan dalam menciptakan *kepuasan konsumen*. Saran penulis sebagai peneliti bagi perkembangan perusahaan selanjutnya adalah dengan mengembangkan sumber daya manusia (SDM) didalam perusahaan agar lebih berkualitas dengan pembekalan yang matang melalui training-training khusus yang dilakukan oleh perusahaan. Diharapkan juga, divisi *Public Relation* mulai menyusun strategi yang baru dalam melakukan kegiatan untuk menciptakan *kepuasan konsumen*.

Data diperoleh dari survey dengan melakukan wawancara kepada pihak internal dan eksternal dari PT. Marquee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampling. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah korelasi dan regresi linear sederhana. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi selain perusahaan, dengan lingkup penelitian yang diperluas.

**Kata Kunci : Public Relations, Kepuasan Konsumen**